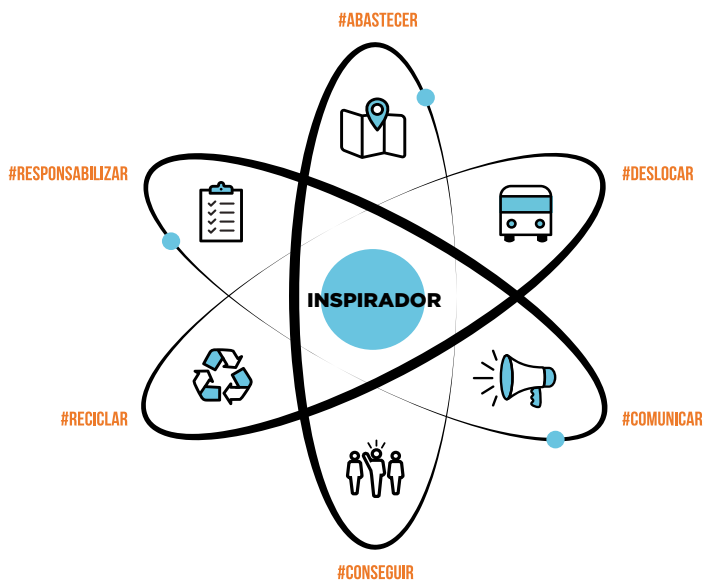
ABRE-ALAS

Inspirador é algo que cola na sua memória, que te surpreende, que você quer ver acontecer mais vezes, que te motiva a ser uma pessoa melhor; aquilo que parece tão inteligente e óbvio, que te dá o estalo: "**Como é que eu nunca pensei nisso antes?**".

É aquela receita que você experimenta na casa do amigo e quer testar na sua cozinha, dando seu toque pessoal; aquela história que você ouve de uma pessoa que, lá longe, fez uma coisa incrível com quase nenhum recurso em uma situação adversa; aquela ideia genial, que deu trabalho, mas que vai "dar uma luz" a um monte de gente.

Ao reunir pessoas que acumulam práticas inspiradoras, surge a vontade de passar essa(s) "mão(s) na roda" para o papel. O **INSPIRADOR – dá pra fazer produção cultural de outro jeito** nasce da prática colaborativa da rede ECOação Cultural, composta por gestores culturais independentes e de diversas instituições da cidade de São Paulo, e preocupada em repensar e exercitar um jeito sustentável de fazer cultura. Com a iniciativa do Goethe-Institut, a realização do Prototype – Festival de Arte e Sustentabilidade forneceu um campo de experimentação e conectou pessoas e ações alinhadas com as práticas inspiradoras discutidas. Inspirado também pelo o guia *Über Lebenskunst* do Haus der Kulturen der Welt, em Berlim, o **INSPIRADOR** é um guia de produção de São Paulo para colocar a "mão na massa".

Orientado pela ação, o guia foi estruturado em hashtags (**#**), que representam os campos de atuação nas mais diversas fases do cronograma da produção. As práticas se cruzam, se complementam e oferecem um olhar panorâmico sobre o evento.

O **INSPIRADOR** foi pensado para ser usado digitalmente ou impresso. Para ser levado a campo, rabiscado, compartilhado com a equipe, e "checkado"; para fazer você não se esquecer de (quase) nada; para dar a dica luminosa, ser bússola para as escolhas complexas, e resgatar a paixão pelo evento no pico da loucura.

Este guia não pode e nem quer se esgotar: ele serve para que você elabore as suas próprias práticas ao enfrentar os "abacaxis" e compartilhe com o mundo.

INSPIRADOR_

#ABASTECER

ABASTECER O EVENTO COM **IDEIAS E PRODUTOS INSPIRADORES** E QUE VALORIZAM O BEM-ESTAR DOS PARTICIPANTES E DA COMUNIDADE LOCAL.

1 ESCOLHA UM LUGAR

Encontrar espaços que compartilhem da essência e do conceito do seu evento.

COMO?

Quanto de espaço eu preciso? Quem são os espaços parceiros? Qual o espaço adequado com meu orçamento?

PODE AJUDAR

- Conhecer o local e o entorno antes de decidir
- Pesquisar alternativas de transporte para chegar lá
- Conhecer as regras de utilização de espaço

2 ÁGUA LIVRE

Beber água é essencial como respirar, e abastecer o evento de água livre é uma atitude super generosa.

COMO?

Oferecer um bebedouro ou filtro público.

PODE AJUDAR

Se o espaço não tiver bebedouro, esse pode ser um ótimo legado.

3 ALIMENTAÇÃO SEM DESPERDÍCIO

Comida sempre mantém as pessoas mais confortáveis para permanecer o tempo que desejarem.

COMO?
Articular-se com iniciativas que cuidem do abastecimento de comida de maneira inovadora e consciente. Saber quais estabelecimentos vendem comida no entorno.

PODE AJUDAR
- Oferecer alimentação vegetariana é gentil, inclusiva e gera menos pegada de carbono
- Saber quais são os legumes, frutas e verduras da época
- O reaproveitamento de alimentos é muito legal também

+

A **Disco Xepa** promove o consumo responsável de frutas e vegetais. São coletados alimentos que não possuem mais valor comercial – como legumes e vegetais na xepa da feira – e transformados em refeições.

1 CHEGUE NA FEIRA MAIS TARDE, NA HORA DA XEPA MESMO.

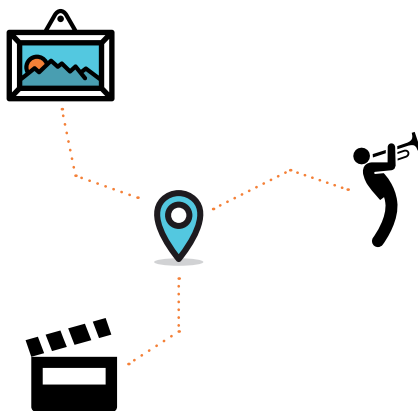
2 CONVERSE COM O FEIRANTE E VEJA OS ALIMENTOS QUE SÃO APROVEITÁVEIS.

3 PESQUISE RECEITAS QUE USEM ESSES INGREDIENTES.

4 PRODUTOS LOCAIS

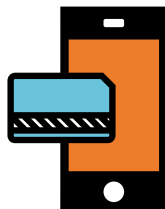
Saber quais são os produtos locais pode ampliar a capacidade do evento ser sustentável.

COMO?
Conhecer o comércio da região, descobrindo produtos e serviços úteis.

PODE AJUDAR
Ativar a rede comercial do entorno economiza em transporte e potencializa a colaboração, a comunicacão e parcerias.

5 ALTERNATIVAS DE PAGAMENTO

Definir e comunicar a política de entrada: o evento é gratuito ou pago? Quais são as formas de pagamento? Assim, o público chega preparado para pagar com dinheiro ou cartão, por exemplo.

COMO?
A partir do orçamento e do local escolhido, definir os custos do evento e comunicar antecipadamente.

PODE AJUDAR
Conferir legislação e eventos anteriores realizados no local proposto (normalmente, eventos em espaços públicos são gratuitos).

Seu celular pode se tornar a maquininha! :)
Há alguns aplicativos, que quando instalados no celular, assumem a mesma função que a máquina de cartão.
Dica: fique de olho nas taxas, elas podem ser altas!

PROCURE FORMAS DE ESCAMBO E MOEDAS ALTERNATIVAS .
O BITCOIN É UMA DELAS. **www.bitcoin.com**

6 LEGADO E QUALIFICAÇÃO DO ESPAÇO

Causar o melhor impacto possível no local, definir a estrutura com a ideia de continuidade e pensar com toda a equipe em como deixar o espaço melhor depois do evento.

COMO?
Mapear o entorno: quem frequenta, como as pessoas veem o local e qual o legado possível a ser deixado.

PODE AJUDAR
Descubra qual é a maior necessidade do local e da comunidade do entorno. Bebedouros e paraciclos são legados muito bacanas.

7 BANHEIROS

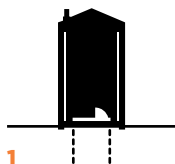
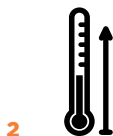
Preocupar-se com o banheiro é preocupar-se com a agradabilidade do evento.

COMO?
Mapear banheiros disponíveis.

PODE AJUDAR
Se não houver banheiros suficientes, você pode alugar alguns e também mapear banheiros parceiros no entorno.

+

O **banheiro seco** pode ser um ótimo legado. Confira como construir um banheiro seco!
www.youtube.com/watch?v=RxajjOz6kkQ

COMO FUNCIONA UM **BANHEIRO SECO?**

1 O BANHEIRO SECO É COMPOSTO DE DOIS VASOS: UM FICA ABERTO, PARA SER USADO, E O OUTRO FECHADO.

2 À MEDIDA QUE UMA CÂMARA VAI ENCHENDO, A TEMPERATURA AUMENTA E COMEÇAM A ENTRAR EM AÇÃO BACTÉRIAS, QUE DECOMPÕEM A MATÉRIA FECAL.

3 DEPOIS QUE UTILIZAMOS O SANITÁRIO, DEVEMOS COLOCAR MATÉRIA SECA (SERRAGEM, POR EXEMPLO), QUE EVITA ODORES, PROTEGE DE INSETOS E ACELERA O PROCESSO DE COMPOSTAGEM.

4 QUANDO UMA CÂMARA ESTÁ CHEIA, FECHAMOS O VASO COM UMA TAMPA PESADA E PASSAMOS A UTILIZAR A OUTRA. O TEMPO QUE LEVA PARA ENCHER UMA CÂMARA É SUFICIENTE PARA QUE A MATÉRIA FECAL DA OUTRA TENHA VIRADO ADUBO. PODEMOS ESVAZIÁ-LA E COLOCAR NA HORTA OU NO JARDIM.

8 ECONOMIA DE ENERGIA ELÉTRICA

Poupar energia é essencial para o planeta.

+

AS BICICLETAS GERADORAS DE ENERGIA FORAM CHAMADAS PELO COLETIVO CRU DE GERÔNIMAS. CADA UMA GERA CERCA DE 100 WATTS POR HORA.

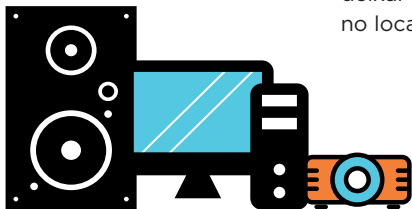
COMO?
Buscar energias renováveis.

PODE AJUDAR
Bike geradora, turbina eólica. O **Coletivo Cru** levou bikes geradoras para o Prototype. www.prototype-festival.com.br/bike-geradora/

9 EQUIPAMENTOS

Definir se é melhor comprar, conseguir, compartilhar ou alugar os equipamentos.

COMO?
Dependendo do número de dias do evento, vale mais comprar um equipamento do que alugar e, quem sabe, deixar como doação/legado no local ou na comunidade.

PODE AJUDAR
Uma boa opção é buscar produtores locais que possam compartilhar equipamentos.

ÀS VEZES É POSSÍVEL CONSEGUIR O MESMO EFEITO GASTANDO MENOS ENERGIA. LÂMPADAS LED DURAM MAIS E GASTAM MENOS, POR EXEMPLO.

10 EQUIPE LEGAL

Buscar ter conhecimento sobre as leis trabalhistas.

COMO?
Cuidar para que todos os contratos estejam de acordo com as leis.

PODE AJUDAR
Consultar um advogado ou assistência jurídica.

Amigos advogados são bem-vindos para dúvidas pontuais. Além disso, o **Sebrae** disponibiliza respostas para as perguntas mais frequentes no **portalsebrae.com.br/sites/PortalSebrae**

INSPIRADOR_

#DESLOCAR

A MOBILIDADE É UM ASSUNTO CENTRAL PARA A SUSTENTABILIDADE NAS CIDADES, E NOS EVENTOS NÃO É DIFERENTE. **PENSAR NA MOBILIDADE LIMPA PARA O EVENTO É PRIORIDADE.**

11 FACILIDADES DE ACESSO PARA DIFERENTES PÚBLICOS

Comunicar com clareza a acessibilidade possível e esforçar-se para ampliar as possibilidades deixa seu público seguro sobre como chegar no evento.

COMO?
Avaliar a acessibilidade e adequação para crianças, idosos, cadeirantes, deficientes visuais e outras pessoas com necessidades especiais de atenção e cuidado. Lembrar dos bichinhos de estimação, que também podem ser bem-vindos.

PODE AJUDAR
- Verificar rampas de acesso
- Pensar programação compatível com crianças
- Providenciar audioguias

O site **Mais Diferenças** traz práticas exemplares de acessibilidade.

12 TRANSPORTE DA EQUIPE

Planejar a ida e volta de todos com segurança.

COMO?
Verificar a oferta de transporte para todos após o término do evento e pesquisar possibilidades.

PODE AJUDAR
Disponibilizar o horário de funcionamento do transporte público do entorno e pontos de táxi que atendem no horário do evento.

13 INCENTIVO AO DESLOCAMENTO LIMPO

Motivar as pessoas a se deslocarem gerando menos impacto.

COMO?
Garantir desconto e facilidades para quem colabora e comunicar as possibilidades intermodais.

PODE AJUDAR
• Desconto para quem for de bike
• Chapelaria grátis de skate e patins
• Paraciclo

COMBO

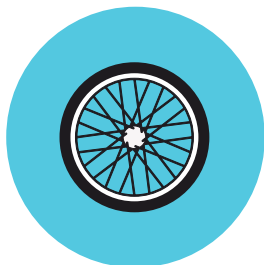
14 BICICLETÁRIO

INCENTIVAR O USO DA BICICLETA

COMO?
Disponibilizar um bicicletário/paraciclo e possibilitar mais segurança para quem vai de bike.

PODE AJUDAR
• Traçar rota de ciclovias e ciclofaixas e publicá-las
• Procurar um fornecedor de paraciclo, se não houver no local

MAPAS DE CICLORROTAS
bit.ly/vadebikeciclorrotas

3 DICAS PARA MONTAR UMA CICLORROTA PARA SEU EVENTO

Pesquisar em sites que tenham as ciclorrotas pré-mapeadas.

Perguntar para ciclistas da região sobre os melhores caminhos de bike.

Fazer você mesmo o trajeto proposto de bicicleta, pra testar.

15 ESTACIONAMENTO

A produção deve estar ciente da legislação do entorno e dar dicas no site.

COMO?
Fazer contato com CET e pesquisa e mapeamento de opções no entorno e dos estacionamentos privados.

PODE AJUDAR
- Ativar parceiros locais que disponibilizem estacionamento
- Estabelecer convênios com estacionamentos privados.

16 RECONHECER AS BOAS PRÁTICAS

Enxergar o comprometimento dos envolvidos e expressar para o mundo essas contribuições, para que o ciclo de gentileza continue.

COMO?
Agradecer as boas iniciativas, gentilezas e ideias.

PODE AJUDAR
- Listar as boas práticas entre a equipe
- Mandar um e-mail de agradecimento aos envolvidos
- Encontros de confraternização pós-evento também solidificam os laços

INSPIRADOR_

#COMUNICAR

COMUNICAR É A MANEIRA COMO SEU EVENTO VAI CHEGAR AO PÚBLICO: **É A DIVULGAÇÃO, MEIO DE DIFUSÃO DE CONHECIMENTO E REGISTRO.**

17 PÚBLICO-ALVO

O primeiro passo para saber como vamos falar é saber com quem vamos falar.

COMO?
Fazer uma pesquisa em formulário eletrônico e compartilhar com colaboradores. A pesquisa facilita a definição do público-alvo e, portanto, a linguagem a ser utilizada.

Formulários online que podem ser usados como ferramentas de pesquisa:

- **typeform.com**
- **docs.google.com**
- **pt.surveymonkey.com**

18 CANAIS E LINGUAGENS

Pesquisar qual o melhor canal de comunicação e a melhor linguagem a ser utilizada com seu público.

COMO?
Pensar nos canais mais usados por faixa etária, por exemplo:
Jovens - mídias sociais
Adultos - e-mail
3ª idade - impresso (inclusive entregue em casa, por correio)

INOVE NA FORMA DE DIVULGAR!
Aposte na comunicação inusitada:
bicicletas-placas, camisetas, lambe-lambes, pipas, performances, jingles...
INVENTE!

CANAIS DE INFORMAÇÃO

BLOGS & SITES

CANAIS DE INFORMAÇÃO E DIFUSÃO

FACEBOOK

CANAIS DE DIFUSÃO

INSTAGRAM

MAILING POR E-MAIL

DIVULGAÇÃO IMPRESSA

19 ORÇAMENTO E ESCALA

Quanto maior for a expectativa de público, mais a divulgação deve ser contínua e criativa. A verba deve ser proporcional ao público que se espera. Então, atenção ao planejar a melhor maneira de investir na comunicação.

COMO?

Cotar a divulgação impressa e virtual

- **Conteúdo** – fotos, textos e vídeos
- **Forma** – design
- **Veiculação** – mídia paga, assessoria de imprensa, entre outros
- **Distribuição** – se houver

- Chamar profissionais específicos da área de comunicação.
- É importante atuar em rede, ativando todas as pessoas ligadas ao evento como potenciais comunicadores.

20 TRANSPARÊNCIA

Organizar o evento com livre acesso à informação do planejamento reforça o espírito de equipe com colaboradores internos e fornecedores. E estimula a colaboração.

COMO?

Utilizar recursos da internet para disponibilização de dados, como planilhas online, com datas, telefones, valores.

PODE AJUDAR

A Lei de Acesso à Informação (LAI) regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma criou mecanismos que possibilitam a qualquer pessoa, física ou jurídica, sem necessidade de apresentar motivo, o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades.

+ **bit.ly/conhecaLAI**

TRANSPARÊNCIA NA VIRADA CULTURAL

A Virada Cultural, um dos maiores eventos da capital paulista, em que o centro é fechado e tomado por pessoas e atrações musicais e artísticas, inovou e abriu sua planilha na internet. Assim, podemos saber quanto custou cada ação.

bit.ly/viradacultural_contratacao

21 CONTEÚDO

O conteúdo não é apenas o serviço do evento, mas informações interessantes que façam parte do contexto. Conteúdo é essencialmente o que te leva a fazer o evento, aquilo que te move, seu entusiasmo pelo tema.

PODE AJUDAR
Usar várias mídias:
textos, vídeos, fotos...

- Investir na produção de imagens: fotos e vídeos viralizam mais rápido nas redes sociais
- Buscar referências inovadoras para se distinguir em meio à mesmice. Fazer diferente sempre ganha pontos!

COMO?
Pesquisar conteúdos de interesse do público-alvo: informações ligadas ao tema do evento, por exemplo.

22 IDENTIDADE

Ter uma identidade estética, de conteúdo e linguagem convergente, facilita o reconhecimento do conceito do evento.

COMO?
Direcionar e coordenar para uma identidade unificada de todas as mídias e ter alguém supervisionando o todo.

PODE AJUDAR
Criar e compartilhar um manual de identidade visual com especificações técnicas. Por exemplo: fontes, cores, linguagem, logos, uso de imagem etc.

+ FONTES OPEN SOURCES
Você pode encontrar várias fontes legais e de graça na internet.
Alguns links:
www.losttype.com
www.fontfabric.com
www.fontspring.com
www.google.com/fonts

23 SAIR NA IMPRENSA

A imprensa deve estar informada sobre o seu evento com antecedência. Dica: Mídia espontânea gera mais credibilidade do que mídia paga.

COMO?
Contratar assessoria de imprensa, fazer um release sobre o evento e enviar a jornalistas (usar a rede de articulação para contatos).

PODE AJUDAR
Sua rede de contatos deve ser considerada um poderoso canal de comunicação.

5 DICAS BÁSICAS PARA FAZER UM RELEASE INSPIRADOR

1. FOCAR NO QUE O EVENTO TEM DE INTERESSANTE E DIFERENTE DOS OUTROS.

2. **NÃO ENROLE**: VÁ DIRETO AO PONTO, EXPLICANDO DE QUE SE TRATA SEU EVENTO.

3. SEJA OBJETIVO NO OFERECIMENTO DO SERVIÇO: QUANDO, ONDE E A QUE HORAS VAI SER? ESSAS INFORMAÇÕES TÊM QUE CONSTAR DE MANEIRA CLARA.

4. DÊ TELEFONES E E-MAILS QUE SEJAM FÁCEIS PARA A IMPRENSA ENTRAR EM CONTATO.

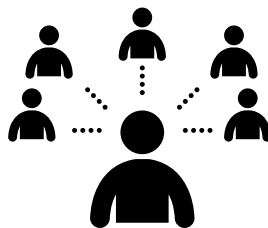
5. CUIDADO COM O PORTUGUÊS. DERRAPADAS PEGAM MAL.

24 COMUNICAÇÃO INTERNA

Compartilhar os objetivos sustentáveis do projeto gera confiança e comprometimento dos envolvidos.

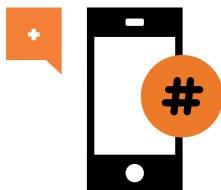
COMO?
Organizar workshops e eventos para a equipe e colaboradores (fonecedores, apoiadores...).

PODE AJUDAR
É bem legal também organizar o evento de maneira aberta na internet, para que todos possam acompanhar.

25 COBERTURA EM TEMPO REAL

Para aumentar o alcance da divulgação, é legal contar com uma equipe engajada em fazer a cobertura em tempo real.

O **Festival Baixo Centro** criou a hashtag **#baixocentro** e incentivou o público a fazer imagens do evento usando a hashtag na postagem. Com isso, criou uma cobertura colaborativa.

muro.baixocentro.org/

COMO?
Traçar estratégias de acompanhamento do evento em tempo real, como uso de hashtags e divulgação pelas mídias sociais.
Estimular a cobertura colaborativa, colocando cartazes para o público participar.

PODE AJUDAR
- Definir uma hashtag
- Facebook e Twitter são as ferramentas mais usadas para isso
- Proporcionar wi-fi livre no evento
- Promover um workshop de comunicação em rede para a equipe

26 COMUNICAÇÃO INTEGRADA E EDUCATIVA

Envolver os participantes no processo, comunicando quais medidas sustentáveis serão tomadas no próprio evento, o que estimula a continuidade das boas práticas e torna a ação mais colaborativa.

COMO?
Explicando algumas das escolhas do evento (como: para onde vai o lixo depois, as medidas tomadas para a economia de energia etc).
E dando a receita de como todas essa medidas podem ser aplicadas e multiplicadas.

PODE AJUDAR
Fazer cartazes e afixando no próprio lugar sobre as iniciativas sustentáveis do evento. Por exemplo, há reúso de água? Os copos são retornáveis? Há separação do lixo reciclável?

SINALIZAÇÃO FRIENDLY
Placas básicas que devem constar no seu evento: banheiro, bebedouro e transporte público. Sinalizar o entorno sobre o caminho para o seu evento!

27 NAMORAR COM O PÚBLICO

Envolver os participantes no processo, comunicando quais medidas sustentáveis são tomadas no próprio evento, estimula a continuidade das boas práticas e torna a ação mais colaborativa.

COMO?
• Usar as mídias sociais para interagir, conhecendo melhor o perfil e as prefências dos participantes.
• Manter um e-mail para contato.

PODE AJUDAR
Um evento deve ter:
• Página e evento no Facebook, tendo manutenção regular na página, mesmo quando não é o período do evento
• A depender da escala pode ter site e app próprios

PROCURE PRODUTOS QUE POSSUEM O SELO FAIRTRADE (COMÉRCIO JUSTO), QUE GARANTE MELHORES RELAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO PARA EMPRESAS E TRABALHADORES MARGINALIZADOS.

AGRADECER E PEDIR FEEDBACK

Agradecer a presença dos participantes e pedir feedback garante motivação e capacidade de identificar oportunidades de melhorias para a equipe.

COMO?
• Enviar por e-mail o pedido do feedback.
• Publicar uma nota com o resultado dos feedbacks.
• Criar um mural participativo e ter equipe disponível para o diálogo.

PODE AJUDAR
Estudo livre mapa de público

mapadepublico.labexperimental.org

MENOS PAPEL

COMO?
Privilegiar recursos digitais e imprimir sob demanda. Pintar à mão cartazes em cartolinas, papelão... Colocar a equipe toda para soltar a criatividade.

PODE AJUDAR
Nosso **INSPIRADOR!**

INSPIRADOR_

#CONSEGUIR

COMO FAZER COM QUE A CONCEPÇÃO, PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO DO EVENTO SEJAM PENSADOS DE MANEIRAS **JUSTAS E COLABORATIVAS?**

30 CRONOGRAMA JUSTO COM TODO MUNDO ENVOLVIDO

Prazos factíveis para fornecedores e colaboradores geram soluções mais sustentáveis e criativas.

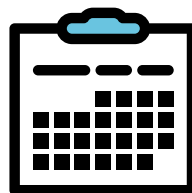
COMO?

- Começar planejamento com antecedência
- Consultar as partes envolvidas sobre os prazos ideais
- Definir cronograma e compartilhar com todos os envolvidos
- Cumprir o cronograma para a credibilidade do projeto e tranquilidade da equipe

PODE AJUDAR

Softwares gratuitos de gerenciamento de projeto:

www.groupcamp.com.br
www.trello.com

31 COCRIAÇÃO COLETIVA

A cocriação facilita o trabalho em rede, pois pessoas com visões e formações diferentes produzem um conhecimento plural.

COMO?

• Convidar uma equipe interdisciplinar para compor a equipe do evento
• Aumentar a rede participativa

PODE AJUDAR

Existem vários métodos de cocriação. O World Café é um deles e ajuda a disseminar ideias para resolver problemas.

COMO FUNCIONA O WORLD CAFÉ

O grupo determina os temas a serem abordados.

São formados pequenos grupos, que se distribuem nos temas de seu maior interesse.

Depois de 20, 30 minutos, os participantes trocam de grupo, exceto um, que vai ficar para contar as ideias que foram discutidas nesse primeiro grupo para os que estão chegando.

No final das rodadas, todos se juntam novamente e compartilham o que foi gerado em cada mesa. Esse processo é chamado de colheita. Uma ótima ideia é desenhar a colheita.

Um guia de como conduzir um **World Café:** www.bit.ly/WorldCafeParaViagem
Outros formatos de cocriação: Desconferência, Open Space, Aquário.

32 MAPEAMENTO DE NECESSIDADES E RECURSOS

Determinar o uso consciente dos recursos desde o início combate o desperdício e gastos extras.

COMO?

Com a equipe, desenhar as funções, serviços e produtos a serem comprados, nas quantidades adequadas e dentro do cronograma.

PODE AJUDAR

Dispor um grande papel na parede e anotar tudo o que será necessário, onde e como conseguir, e quem será o responsável por providenciar.

33 FOMENTO AO COMÉRCIO LOCAL

Parceria com empresas locais geram menos pegada de carbono e mais engajamento das redondezas com o projeto = **+ MOBILIZAÇÃO**

COMO?
Identificar comerciantes da região onde será realizado o evento e estimular que serviços e produtos sejam ali adquiridos. Essa medida gera economia na logística e impulsiona os players menores.

PODE AJUDAR
Assim que escolher o local, dê uma volta no entorno, mapeando e conversando com os comerciantes.

QUAL É SUA PEGADA?

Quase toda a atividade contribui para a emissão de gases de efeito estufa na atmosfera. A pegada de carbono mede a quantidade que geramos de dióxido de carbono e outros gases danosos à atmosfera.

CALCULE A SUA PEGADA DE CARBONO

www.calculadoracarbono-cgd.com

34 CONSCIÊNCIA DA CADEIA PRODUTIVA DE SERVIÇOS E PRODUTOS

Priorizar produtos e serviços produzidos de maneira justa, gerando uma rede que valoriza o trabalho limpo.

COMO?
Mapeamento da cadeia.

PODE AJUDAR
- Conversa com os comerciantes locais para entender origem de produtos e serviços
- Pesquisa na internet (sempre ajuda!)

35 REDE DE TROCA DE MATERIAIS

Uma vez que objetos e ferramentas foram adquiridos, o mais legal é aproveitá-los ao máximo e reutilizá-los depois.

COMO?
Pensar em como você pode usar o que foi adquirido em próximas situações e ativar sua rede de contatos por e-mail e redes sociais, oferecendo o que sobrou de seu evento.

Comprar materiais em **parceria com outros grupos** para uso coletivo pode ser uma boa: diminui custos, espaço para armazenamento e não incentiva o consumo.

COMO INICIAR UMA REDE DE COMPARTILHAMENTO?

No início da produção, consultar os amigos produtores pra saber que equipamentos eles têm disponíveis

Usar o material emprestado e garantir sua manutenção

Ao final do seu evento, escrever a esses amigos dizendo o que você tem disponível para emprestar

INSPIRADOR_

#RECICLAR

RECICLAR E PENSAR PRÁTICAS QUE QUEBREM A LÓGICA DO CONSUMO E INCENTIVEM O COOPERATIVISMO.

36 PRODUTOS RECICLÁVEIS OU RETORNÁVEIS

Todos os anos, no Brasil, são produzidos mais de 96 milhões de copos de plástico, que levam mais de 200 anos para se decompor. Privilegiar produtos retornáveis diminui a geração de lixo.

COMO?
Fazendo campanha de conscientização e propondo, por exemplo, que o público leve sua própria caneca ou garrafa para o evento.

PODE AJUDAR
Anotar com caneta de tinta permanente o nome da pessoa que utilizou o copo plástico, para que apenas um copo por pessoa seja utilizado.

O **Meucopo Eco** é um copo retornável que diminui em até 80% o lixo gerado. E o evento ainda pode ser personalizado com o logo do patrocinador, gerando um dinheiro a mais!

meucopoeco.com.br

Pode ser inspirador contratar um profissional da área de gestão ambiental que cuide especificamente da sustentabilidade do evento.

37 APROVEITAMENTO INTELIGENTE DOS ALIMENTOS

Segundo o relatório da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), são desperdiçados 1,3 bilhão de toneladas de alimentos por ano. Muitos alimentos podem ser aproveitados inteiros, sem nenhum desperdício.

PODE AJUDAR
Veja dicas de como usar os alimentos de forma integral e sem desperdício!
bit.ly/cartilhasesc

COMO?
Procurar receitas que usem todas as partes dos alimentos, e escolher legumes e frutas que não são "perfeitos", mas que servem para consumo; também é importante fazer a estimativa do número de pessoas no evento e calcular para não sobrar alimentos. Outra maneira de colaborar é comprar alimentos próximos da data de validade.

38 DESCARTE DE RESÍDUOS

Ter como meta reciclar, reutilizar e/ou compartilhar tudo o que for possível. Mapear a rede de serviços que será necessária para o evento e ver qual desses serviços podem ser acessados: ecopontos, cooperativas e catadores de materiais recicláveis.

COMO?
Contatar os agentes locais (associações e coletores) que trabalham com resíduos sólidos e comunicar a iniciativa para o público.

+

MAPAS E APLICATIVOS ONLINE PODEM AJUDAR

App de ecopontos em SP
bit.ly/ecopontosp

Eletropaulo oferece descontos em troca de resíduos
bit.ly/trocaresíduoseletropaulo

Procure iniciativas semelhantes.

39 EMPRESAS COM BOAS PRÁTICAS

Priorizar empresas que valorizam o cuidado com o meio ambiente, com funcionários e com a cadeia de produção.
É importante valorizar essa informação já na hora do orçamento!

PODE AJUDAR
Observar os processos dos seus fornecedores de confiança e propor melhoras pode fazer o parceiro repensar algumas de suas práticas e deixar os serviços e produtos ainda mais legais.

O Twitter é uma referência de comunicação direta e transparente com as empresas.

COMO?
Pesquisar na internet se a empresa tem feedback positivo.

INSPIRADOR_

#RESPONSABILIZAR

ATENTAR PARA QUE TODAS AS ETAPAS SEJAM PENSADAS SOB A ÓTICA DAS BOAS PRÁTICAS E, COM ISSO, **CONSTRUIR UMA RELAÇÃO DE CONFIANÇA ENTRE EQUIPE, COLABORADORES E PÚBLICO.**

40 PLANEJAMENTO PREVENTIVO

Um bom planejamento garante o bom funcionamento de um evento. Prevenção é a melhor fórmula.

COMO?
Fazer uma lista de possíveis desafios que poderão ser enfrentados e já pensar em soluções.

PODE AJUDAR
A lista já pode ser feita em sites de gerenciamento de projetos que facilitam o acompanhamento do planejamento e gerenciamento da equipe.

41 "FATOR TEMPO" NO PLANEJAMENTO

Quanto mais tempo se tem para organizar as coisas, mais baratas e benfeitas elas tendem a ficar!

COMO?
Fazer um cronograma tão logo se defina o escopo do projeto, na etapa de pré-produção, e segui-lo na medida do possível.

PODE AJUDAR
- Desde o primeiro cronograma, já prever alguns dias de atraso: isso gera certa tranquilidade para imprevistos
- Sempre que surgir um imprevisto que gere atraso, refazer o cronograma

42 ESCOPO

É importante a definição de escopo de quem faz o quê e que ele seja claro para todos os envolvidos.

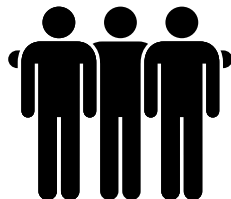
COMO?
Fazer um documento de escopo com a função de cada um, de comum acordo entre as partes, a ser assinado por todos. É muito importante que essa etapa seja uma decisão conjunta de formação de parcerias, para o bom andamento do projeto e criação de relação no longo prazo.

PODE AJUDAR
Há modelos de documento de definição de escopo na internet.

43 FORMAS DE TRABALHO EM EQUIPE

Uma equipe horizontal tende a se envolver mais no trabalho, somando conhecimentos e esforços e fazendo um melhor trabalho.

COMO?
- Transparência no processo, entendimento total de cada área, autonomia e autogestão
- Forma horizontal de trabalho, mais paritária e menos hierárquica
- Intercâmbio de áreas
- Forma de trabalho colaborativa

PODE AJUDAR
Formar um grupo de e-mail para que todos da equipe se comuniquem horizontalmente.

44 CADEIA PRODUTIVA

Garantir que seus fornecedores trabalhem de forma ética e que seus produtos não tenham alto impacto no meio ambiente é sustentável.

COMO?
Ser responsável em relação ao material adquirido e descartado é algo a ser pensado na fase de pré-produção, entendendo a cadeia de produção ao contratar uma empresa e seus colaboradores terceirizados.

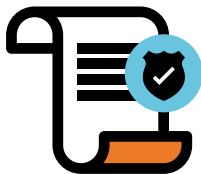
PODE AJUDAR
Escolher as empresas que farão parte da sua produção, a partir da forma como elas tratam seus funcionários e se são responsáveis socialmente.

CONHECIMENTO DAS LEIS E AUTORIZAÇÕES NECESSÁRIAS

Se informar pela internet e/ou publicações especializadas sobre as autorizações necessárias para o tipo do seu evento.

COMO
• A depender do tipo do evento, órgãos públicos responsabilizam-se por segurança, limpeza, etc.
• O Sebrae dá o caminho das pedras na burocracia.

+ bit.ly/sebraeorganizacao

PODE CHEGAR
Checar necessidade de:
• Alvará
• ECAD
• Autorização de órgãos públicos
• Autorização de uso de imagem
• Prestação de serviços
• Cessão de obras
• Direitos autorais

46

FAZER CONTRATOS

Todos os envolvidos na produção devem ter a sua relação formalizada por meio de contratos elaborados em conjunto, para a segurança de contratante e contratado.

COMO?
Consultar um advogado ou pegar modelos com pessoas da sua rede de contatos ou na internet.

PODE AJUDAR
No site do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) há modelos e orientações que facilitam esta etapa.

BUROCRACIAS E CONTATOS À MÃO

Garantir que contatos dos envolvidos e documentos estejam disponíveis no dia do evento.

COMO?
- As funções da equipe devem estar claras e deve haver um canal de comunicação eficiente
- A documentação deve estar à mão, caso seja requisitada durante o evento
- Ter todos os contatos dos envolvidos disponíveis

PODE AJUDAR
Ter algum tipo de gerenciador compartilhado de acesso a esses documentos (Google Docs/ Dropbox), com mais de uma pessoa tendo acesso a eles.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Manter a transparência do processo e estar dentro da lei.

COMO?
Organizar todos os comprovantes de pagamento; fazer o fechamento da planilha de acordo.

PODE AJUDAR
Fazer o controle financeiro em uma planilha aberta e acessível à equipe.

#ABASTECER

01. ESCOLHA UM LUGAR ☐
02. ÁGUA LIVRE ☐
03. ALIMENTAÇÃO SEM DESPERDÍCIO ☐
04. PRODUTOS LOCAIS ☐
05. ALTERNATIVAS DE PAGAMENTO ☐
06. LEGADO E QUALIFICAÇÃO DO ESPAÇO ☐
07. BANHEIROS ☐
08. ECONOMIA DE ENERGIA ELÉTRICA ☐
09. EQUIPAMENTOS ☐
10. EQUIPE LEGAL ☐

#DESLOCAR

11. FACILIDADES DE ACESSO PARA DIFERENTES PÚBLICOS ☐
12. TRANSPORTE DA EQUIPE ☐
13. INCENTIVO AO DESLOCAMENTO LIMPO ☐
14. BICICLETÁRIO ☐
15. ESTACIONAMENTO ☐
16. RECONHECER AS BOAS PRÁTICAS ☐

#COMUNICAR

17. PÚBLICO-ALVO ☐
18. CANAIS E LINGUAGENS ☐
19. ORÇAMENTO E ESCALA ☐
20. TRANSPARÊNCIA ☐
21. CONTEÚDO ☐
22. IDENTIDADE ☐
23. SAIR NA IMPRENSA ☐
24. COMUNICAÇÃO INTERNA ☐
25. COBERTURA EM TEMPO REAL ☐

- [ ] **26.** COMUNICAÇÃO INTEGRADA E EDUCATIVA
- [ ] **27.** NAMORAR COM O PÚBLICO
- [ ] **28.** AGRADECER E PEDIR FEEDBACK
- [ ] **29.** MENOS PAPEL

#CONSEGUIR

- [ ] **30.** CRONOGRAMA JUSTO COM TODO MUNDO ENVOLVIDO
- [ ] **31.** COCRIAÇÃO COLETIVA
- [ ] **32.** MAPEAMENTO DE NECESSIDADES E RECURSOS
- [ ] **33.** FOMENTO AO COMÉRCIO LOCAL
- [ ] **34.** CONSCIÊNCIA DA CADEIA PRODUTIVA DE SERVIÇOS E PRODUTOS
- [ ] **35.** REDE DE TROCA DE MATERIAIS

#RECICLAR

- [ ] **36.** PRODUTOS RECICLÁVEIS OU RETORNÁVEIS
- [ ] **37.** APROVEITAMENTO INTELIGENTE DOS ALIMENTOS
- [ ] **38.** DESCARTE DE RESÍDUOS
- [ ] **39.** EMPRESAS COM BOAS PRÁTICAS

#RESPONSABILIZAR

- [ ] **40.** PLANEJAMENTO PREVENTIVO
- [ ] **41.** “FATOR TEMPO” NO PLANEJAMENTO
- [ ] **42.** ESCOPO
- [ ] **43.** FORMAS DE TRABALHO EM EQUIPE
- [ ] **44.** CADEIA PRODUTIVA
- [ ] **45.** CONHECIMENTO DAS LEIS E AUTORIZAÇÕES NECESSÁRIAS
- [ ] **46.** FAZER CONTRATOS
- [ ] **47.** BUROCRACIAS E CONTATOS À MÃO
- [ ] **48.** PRESTAÇÃO DE CONTAS

Acreditamos que produção cultural é feita por pessoas apaixonadas por conhecimento livre, convivência e tolerância. Desejamos que todos os abacaxis que surgirem durante a produção sejam potencialmente divertidos. Vemos cada produtor cultural como um potencial agente inspirador. E esperamos que ideias inspiradoras continuem voando por aí...

UMA INICIATIVA:

Goethe-Institut

ORGANIZAÇÃO:

Isabel Hölzl, Jonaya Castro, Laura Sobral e Lorena Vicini

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:

Bianca Buteikis e Gabriela Sánchez

REVISÃO:

Marcos Mauro Rodrigues

NOSSOS AGRADECIMENTOS AOS COLABORADORES:

ECOação: Ana Maria Rebouças (Centro Cultural São Paulo), Denise Baena (SESC SP), Ignácio A.S., Maria Piza (Centro de Estudos de Sustentabilidade da FGV), Flávia Vivacqua (Nexo Cultural), André Palhano (Virada Sustentável), Leeward Andrade Wang (GVces), Elizabeth Barbosa (Praça Victor Civita), Laura Hartz (Goethe-Institut), Jô Pereira (CEU-Jaguaré), Demétrio Portugal, Maibrit Thomsen (Instituto Cultural da Dinamarca), Olaf Gerlach (Culture|Futures), Janek Müller (ÜberLebenskunst), Liliane Rebelo (British Council).

Festival Protoytpe: Marta Machado, Claudia Mattos, Aron Belinky, Pablo Wendel, Marcia Tiburi, Jum Nakao, Rodrigo Machado, Pado, Julio Rölle, Sebastian Bagge, Jan Brokof, Laura Sobenes, Luiz de Campos Jr, Claudia Visoni, Eduardo Grigoletto, Luíza Poli, André Pagnossim, Elaine Maciel, Ivan Valle, Artur Schreiber, Bruno Dreadfino, Michael Vedovelli, Marcello Brazil, Bruno Gola, Chico Tchello, Pietra, Laurence Trille, Thomas Haferlach, Akin Deckard, Georgia Martins, Simone Malina, Anuschka Landenberger, Holger Beier, Ben Neumann, Gerfried Gaulhofer, Tiago Barbosa, Aline Cavalcante, Evelyn Araripe, Luiza Peixe, Silas Batista, Jana Binder, Marcelo Bressanin, Maicknuclear, Fernanda Machado, Sabrina Duran, Eliel Beach, Simone Cyrineu, Raphael Franco, Rachel Schein, Stefania Koller, Heloísa Sobral, Marcos Mauro, Reni Lima, Cynthia Domenico e Katia Mine.

Virada Sustentável: A. de Souza, Adriano Zanetti, Alessandra B. Lima, Bruna Rosa, Bruno Belluomini, Carolina Coelho Brandão, Cássia Andrade, Cibele Alvares Gardin, Debora Henglen, Elaine Vieira, Erika Hoffgen, Eunice Souto, Fab Aliceda, Felipe Frezza dos Santos, Fernando Monteiro, Hercules Laino, Janaina Comta, Joseen Vilar, Jurema Cruz Alves, Larissa Batista Dionisio dos Santos, Leandro Milani Gouveia, Luigdi Pinheiro T. Diniz, Maikion Ramalho, Marco Antionio Milani, Maria Luísa Ramirez Soares, Mariah Marques, Mariana Carvalho Alves, Mariana Moura, Marília Rosa Barbosa, Marina Morena, Mylena Mandolesi, Nathan Sanches, Ornella Angelucci, Rafael William Barbosa, Raquel Prince, Renata Polacow Barros, Rogerio Cavalcante, Rossiane Antúnez, Silvana Catazine, Silvia Naschenveng, Sofia Carvalhaes, Cherto Silveira, Tatjana Lorenz, Valéria Blanco.

ORGANIZADORAS

ISABEL HÖLZL

Bailarina e diretora da programação cultural do Goethe-Institut São Paulo.

JONAYA DE CASTRO

Artista e produtora cultural, idealizadora do labExperimental.org

LAURA SOBRAL

Arquiteta urbanista e sócia da produtora cultural MUDA práticas culturais e educativas.

LORENA VICINI

Editora e sócia da Prova3 Agência de Conteúdo.

DÚVIDAS E SUGESTÕES?

Entre em contato com
cultura@saopaulo.goethe.org

Compartilhe o **INSPIRADOR**
com sua rede:
www.goethe.de/brasil/inspirador